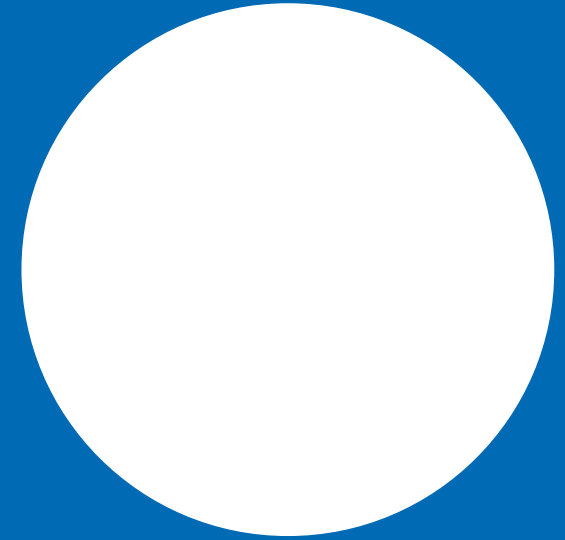
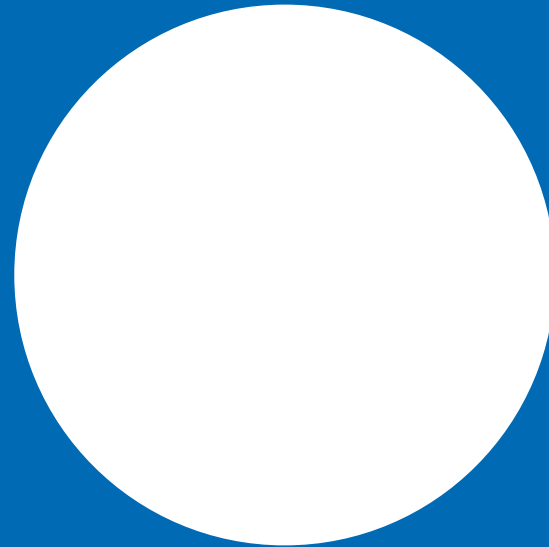


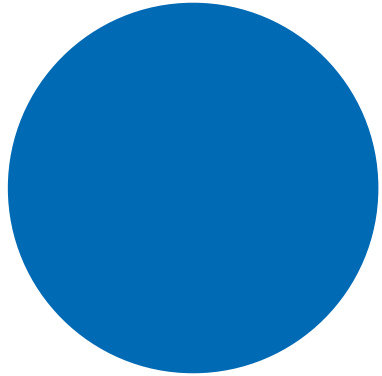
# UN AÑO DE PANDEMIA EN EL COMERCIO

MARZO 2021



# Un año de pandemia en el comercio

EL IMPACTO, EN CIFRAS



## MÁS DE 20.000 MILLONES DE EUROS DE FACTURACIÓN PERDIDA

El comercio minorista es el **tercer sector más perjudicado** en términos absolutos, tras el comercio al por mayor y los servicios de comida y bebida. La caída del comercio supera a la de las agencias de viaje, alojamiento o las venta y reparación de vehículos.

## 59.000 EMPLEOS DESTRUIDOS

A esta destrucción de afiliados a la Seguridad Social se unen **otros 100.155 empleados en situación de ERTE**, que representan el 5,6% de los ocupados.

## LA PÉRDIDA DE TURISMO INTERNACIONAL EXPLICA EL 18% DE LA CÁIDA DE VENTAS

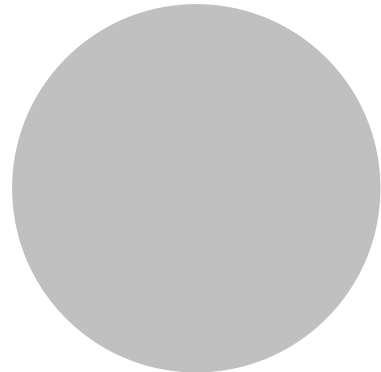
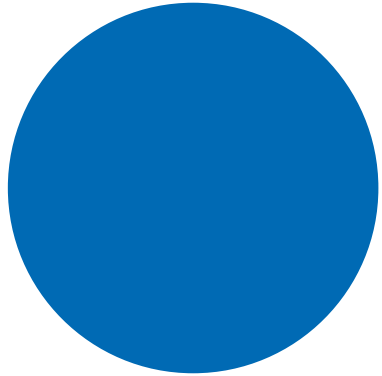
España ha perdido más de 65 millones de turistas internacionales, que en términos de facturación para el comercio supone una pérdida estimada de **al menos 3.400 millones de euros**.

## EL CONSUMO PER CÁPITA SE HUNDE UN 13,3%

La situación del mercado laboral ha acentuado la pérdida de confianza de los hogares y su capacidad de consumo. La **confianza del consumidor español se sitúa 9 puntos por debajo de la media de la UE**.

# Un año de pandemia en el comercio

EL IMPACTO, EN CIFRAS



## EL ECOMMERCE ACELERA Y DUPLICA SU CUOTA DE MERCADO EN ESPAÑA

En el gran consumo alcanza ya el 2,8% de cuota de mercado, con **1,6 millones de nuevos compradores online**. En categorías más maduras como la electrónica supera ya el 30% y en la moda el 15%.

## LOS FRESCOS Y EL HIPERMERCADO, LOS GANADORES EN EL GRAN CONSUMO

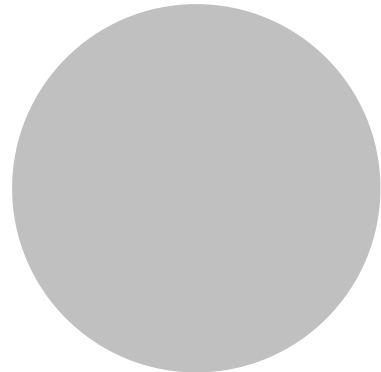
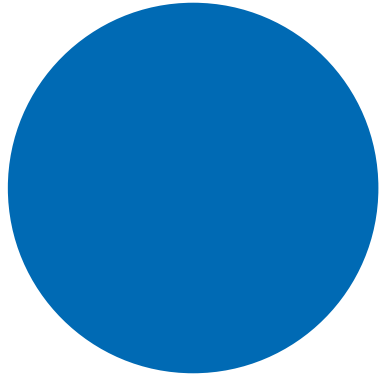
La principal consecuencia del mayor tiempo en casa es que han crecido los gastos relativos a la alimentación, sobre todo de **productos frescos**: hemos visto crecimientos de más de 10% en fruta, carne o verdura. Los consumidores han percibido **mayor seguridad de los grandes establecimientos**, de ahí que el hiper sea el formato que más ha crecido en alimentación, a pesar de las restricciones de movilidad.

## EL TEXTIL CENTRA LA MAYOR PARTE DEL GOLPE OCASIONADO POR LAS RESTRICCIONES

El mayor tiempo en el hogar determina el comportamiento de los consumidores, no sólo en alimentación. Mientras que la electrónica de consumo ha crecido un 6,4% en el último año y los electrodomésticos avanzan un 21% hasta febrero, **sufren categorías relacionadas con nuestra actividad socializadora, como el cuidado personal, perfumería y, sobre todo, textil, que sigue cayendo más de un 40%**.

# Un año de pandemia en el comercio

EL IMPACTO, EN CIFRAS



## ESPAÑA SE ALEJA DE LOS GRANDES PAÍSES EUROPEOS Y PIERDE 4 AÑOS EN FACTURACIÓN

España es la única economía entre las grandes de la UE, junto a Italia, en la que el comercio todavía no ha retomado la senda del crecimiento. Las fuertes restricciones de algunas comunidades autónomas explican esta discrepancia.

## EL COMERCIO NO HA SIDO FOCO DE CONTAGIOS: SÓLO EL 0,8% DE CASOS EN EL ÁMBITO LABORAL

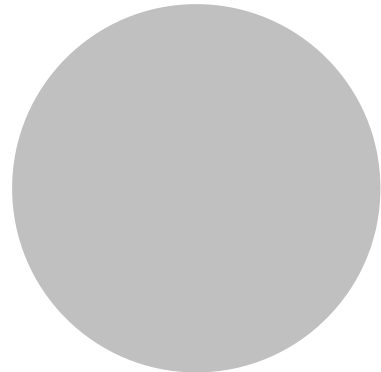
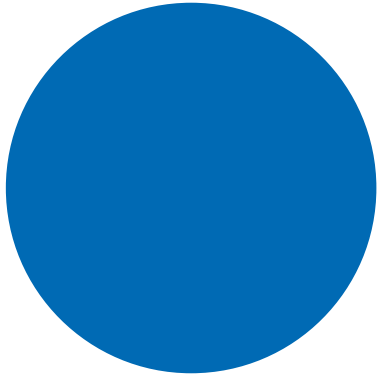
El Ministerio de Sanidad atribuye al comercio un índice bajísimo de incidencia en los contagios, gracias a la anticipación e inversión del sector. Sólo las empresas de ANGED han invertido más **de 140 millones de euros en prevención y seguridad** en las tiendas. A pesar de ello, **varias comunidades han cerrado de forma injustificada y desproporcionada los grandes establecimientos**, mejor preparados para operar con garantías en este escenario de pandemia.

## TIENDAS CERRADAS HASTA 222 DÍAS EN CATALUÑA, 181 EN CASTILLA Y LEÓN Y 162 EN BALEARES

Las restricciones de movilidad explican hasta un 35% de las diferencias provinciales en el PIB, teniendo mayor impacto que el hundimiento del turismo. En el último año, **el comercio no esencial ha estado cerrado total o parcialmente durante 181 días en Castilla y León, 162 días en las Islas Baleares y 222 días en Cataluña, donde todavía siguen cerradas tiendas de más de 800 m2**. De hecho, estas tres comunidades concentran casi el **50% del empleo total perdido en España desde octubre** (69.094 parados).

# ● ● Un año de pandemia en el comercio

EL IMPACTO, EN CIFRAS



## EL COMERCIO PODRÍA RECUPERAR UN 4% EN 2021 SIEMPRE Y CUANDO...

El consenso económico prevé un crecimiento de la economía española entre el 5,5% y el 6% para este año, que se puede traducir en un repunte del comercio del entorno del 4% (frente a la caída del 8% en 2020). Ahora bien, hay **muchos condicionantes abiertos** y sujetos a un nivel de incertidumbre muy alto. En primer lugar, se tiene que cumplir con éxito la **campaña de vacunación**. En segundo lugar, sería necesario recuperar la **movilidad interna** totalmente en verano. Y en tercer lugar, es necesario recuperar al menos un **50% del turismo internacional** del verano de 2019.

## UN ENTORNO DE REFORMAS Y COLABORACIÓN PÚBLICO-PRIVADA NECESARIO PARA CRECER

Desde ANGED demandamos un **gran compromiso nacional para recuperar la confianza, el consumo de los hogares** y, sobre todo el empleo, como palancas para reactivar la demanda nacional. Una forma de recuperar la gran cantidad de horas de trabajo y facturación perdidas sería con un gran pacto para poder **abrir más domingos y festivos en 2021**. Por otro lado, **líneas de ayuda y planes renove para la reforma y mejora de las viviendas** podría tener un impacto muy positivo en categorías como los electrodomésticos, muebles, electrónica de consumo, telecomunicaciones o bricolaje. En el ámbito fiscal, se tiene que buscar un **entorno impositivo que aliente la inversión y el consumo**. En el laboral, es fundamental avanzar en la reforma laboral, dentro del ámbito del diálogo social, para dotar a las empresas de aquellas **medidas de flexibilidad que les permitan afrontar el nuevo entorno y mantener en la medida de los posible el empleo**.

**ANGED** ● ●

ASOCIACION NACIONAL  
DE GRANDES EMPRESAS DE  
DISTRIBUCION

Velázquez, 24 - 5º Dcha.  
28001 Madrid (España)  
915 223 004  
anged@anged.es  
@ANGED\_es

anged.es

